

## ANALISIS EFEK BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG BERDAMPAK PADA LOYALITAS PELANGGAN

( STUDI KASUS: Stevan Meat Shop & Food Store Cabang Pesanggrahan)

Kemala Febriani 1100008055  
Pretty Ari Krihastanti 1100010785

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efek bauran pemasaran yang dilakukan Stevan Meat Shop & Food Store terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Stevan Meat Shop & Food Store adalah salah satu perusahaan ritel yang menjual makanan organik seperti daging, beras, ikan sayur mayur dan makanan siap santap baik lokal maupun *import*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah penelitian populasi, dimana sampelnya adalah pelanggan Stevan Meat Shop & Food Store. Pendekatan riset yang digunakan adalah kausalitas. Metode analisis yang digunakan adalah *Path Analysis* dengan menggunakan data yang diperoleh dari survei menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Stevan Meat Shop & Food Store sudah memiliki strategi bauran pemasaran yang bagus. Seluruh sub variabel dalam bauran pemasaran ( *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* ) dimana variabel *product* dan *promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 71,23% dan dimana variabel *product* dan *people* berdampak terhadap loyalitas pelanggan sebesar 82,99%. dimana bauran pemasaran pada variabel *product, promotion, people* paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** *Bauran pemasaran, keputusan pembelian dan Loyalitas Pelanggan*